

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KREDIT USAHA KECIL (KUK) DI KOPERASI SIMPAN PINJAM LIMA JAYA GROUP SURABAYA

Budi Prabowo

Ilmu Adm.Bisnis FISIP-UPNV Jatim

ABSTRAKSI

Moto koperasi dari rakyat oleh rakyat dan untuk rakyat sangat membantu dalam perekonomian bangsa untuk saat ini ditengah krisis ekonomi global yang terjadi, karena memberikan pinjaman kredit / modal yang cukup, mudah. Dalam perkembangannya, koperasi mengalami kemajuan yang pesat. Salah satu bentuk koperasi yang banyak diminati saat ini adalah Koperasi Simpan Pinjam (KSP).

Penelitian ini menggunakan data primer dengan variabel - variabel yaitu pelayanan, fasilitas, dan prosedur yang bertujuan untuk menganalisis baik bersifat simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen. Dengan jumlah populasi 49 nasabah dari seluruh juralab populasi sampel ditarik menggunakan teknik penarikan *sampling jenuh*. Dengan menggunakan analisis data regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda maka pelayanan, fasilitas dan prosedur berpengaruh secara simultan dan parsial sehingga hasil uji hipotesis dapat diterima.

Keywords : Pelayanan, Fasilitas, Prosedur dan Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Dewasa ini kehidupan perekonomian bangsa-bangsa didunia mengalami cobaan yaitu dengan adanya krisis ekonomi global, hal ini sangat mempengaruhi seluruh sektor perekonomian di seluruh dunia termasuk Indonesia. Banyak perusahaan-perusahaan yang gulung tikar karena tidak mampu menyesuaikan dengan kondisi perekonomian yang ada. Namun tidak sedikit pula perusahaan-perusahaan kecil yang masih bertahan karena tidak tergantung pada perusahaan swasta asing, melainkan melalui memberdayakan koperasi. Koperasi merupakan salah satu usaha bersama yang dilakukan masyarakat untuk mencapai tujuan kesejahteraan seluruh anggota. Dengan motto dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat, koperasi mampu bertahan dalam situasi perekonomian yang sulit. Hal ini karena partisipasi anggota koperasi sesuai dengan mottonya. Adanya badan usaha koperasi adalah pasal 33 UUD 1945 yang berbunyi "Perekonomian disusun atas dasar kekeluargaan" sebagai usaha bersama maka seluruh anggota koperasi punya peran penting dalam memajukan koperasi. Masyarakat tidak asing lagi dengan koperasi khususnya masyarakat pedesaan. Koperasi-koperasi macam ini diantaranya koperasi konsumsi, koperasi kredit (simpan pinjam), koperasi produksi koperasi jasa dan koperasi serba usaha.

Koperasi simpan pinjam (KSP) merupakan salah satu jenis koperasi yang paling banyak ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Koperasi ini berfungsi sebagai lembaga perkreditan, yang tugasnya adalah menghimpun dana dari para anggota, dan mendistribusikan dana tersebut pada anggota nasabah. Dalam kegiatan usaha jasanya memberikan layanan pengajuan kredit bagi debitur (anggota) dan calon debitur (calon anggota). Persepsi terhadap, faktor-faktor pengajuan kredit akan menjadi sektor penting didunia perkoperasian Indonesia, sejalan dengan meningkatnya persaingan bidang koperasi, hanya koperasi yang memperhatikan kepuasan debitur dan calon debitur lah

yang mampu bertahan.

Kondisi ini menyebabkan pihak koperasi harus mempunyai perencanaan dengan pengendalian diperlukan teknik-teknik pemasaran baik kualitas, pelaksanaan promosi maupun penyaluran distribusi, selain itu ditunjang dengan memberikan pelayanan, fasilitas dan prosedur yang baik guna menarik konsumen atau calon konsumen untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan guna memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dengan demikian perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena dengan mengetahui dan memahami perilaku konsumen dapat memberikan kepuasan yang lebih baik kepada konsumennya sehingga konsumen kembali menggunakan jasa simpan pinjamnya.

Faktor-faktor yang berhubungan dengan kepuasan konsumen menurut Alma (2000:221) adalah : Harga jasa, Promosi, Kualitas jasa, Pelayanan, Prosedur dan Fasilitas. Adapun dalam mencapai kepuasan konsumennya, pada Koperasi Simpan Pinjam Lima Jaya Group dari enam aspek yang digunakan hanya tiga aspek yaitu : Pelayanan, Fasilitas dan Prosedur. Sehingga peneliti dalam penelitian ini mengambil tiga aspek tersebut sebagai variabel bebas Untuk variabel terikat peneliti menggunakan variabel kepuasan konsumen

Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Kepuasan Konsumen

Proses kepuasan konsumen merupakan tahap dalam akhir menilai setelah dilakukan pengambilan keputusan. Menurut Kotler (2000:124) pengambilan keputusan adalah pemilihan alternative perilaku tertentu dari alternative yang ada. Faktor-faktor yang berhubungan dengan kepuasan konsumen menurut Alma (2000:221) adalah

1. Harga jasa, yaitu merupakan penentu kritis yang membedakan jasa yang ditawarkan oleh pengusaha yang satu dengan pengusaha yang lain.
2. Promosi yaitu merupakan faktor dimana perusahaan memperkenalkan jasa yang ditawarkan dimana promosi dilakukan untuk menarik perhatian dan minat konsumen.
3. Kualitas jasa yaitu kemampuan perusahaan jasa memberikan sesuatu kepada konsumennya, dimana apabila kualitas jasa yang diterima konsumen lebih baik maka konsumen cenderung akan mencobanya.
4. Pelayanan yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan atau kemampuan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Dalam memberikan layanan kepada pelanggan yang cepat dan tanggap, maka kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan dengan sikap yang sopan, ramah, serta terus terang dalam memberikan penjelasan agar tidak terjadi kesalahan paham perlu dilaksanakan agar kepuasan konsumen atau pelanggan terpenuhi.
5. Prosedur yaitu urutan kegiatan klerikal yang melibatkan beberapa orang dalam satu bagian atau lebih untuk menangani transaksi perusahaan yang berulang-ulang. Konsumen akan merasa puas apabila prosedur yang ditetapkan mudah atau tidak berbelit-belit.
6. Fasilitas yaitu sarana atau prasarana yang disediakan untuk dipakai atau dipergunakan serta dinikmati oleh konsumen. Dengan fasilitas yang baik dapat menimbulkan suatu tingkat keputusan yang tinggi dalam diri konsumen untuk selalu berhubungan dan melakukan pembelian terhadap barang atau jasa tiap kali konsumen merasa membutuhkan.

Dalam penelitian ini peneliti menganalisis mengenai variabel-variabel yang berhubungan dengan kepuasan konsumen yaitu pelayanan, fasilitas dan prosedur. Adapun penjelasan mengenai konsumen adalah sebagai berikut

A. Pelayanan yang Berpengaruh dengan Kepuasan Konsumen

Pelayanan merupakan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Pelayanan ini dapat bersifat langsung dimana konsumen dapat memberikan bantuan secara langsung kepada konsumen maupun perusahaan dapat menyediakan media layanan untuk membantu dan mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi. Pelayanan sifatnya memberikan bantuan bagi konsumen yang membutuhkan informasi mengenai suatu produk yang diberi. Apabila pelayanan yang diberikan baik maka konsumen akan merasa puas menggunakan produk yang dibelinya karena konsumen merasa terpenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan harapan konsumen.

Menurut Kotler (2000:49) dalam membangun keputusan konsumen dapat melalui kualitas pelayanan yang dapat berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat dimana pelayanan bersifat menolong dan menyediakan segala sesuatu yang diperlukan pelanggan. Oleh karena itu pemasar harus menjadi pelindung pelanggan secara konstan di dalam memberikan solusi terbaik kepada pelanggan.

Pelayanan yang diberikan dapat membuat kesan yang baik, maka perusahaan tersebut dapat mempengaruhi atau merangsang pembeli atau konsumen untuk melakukan pembelian, dan dengan pelayanan yang baik dapat menimbulkan satu tingkat kepuasan yang tinggi dalam diri konsumen yang berakibat konsumen akan terus berhubungan dan setia menggunakan produk yang ditawarkan.

B. Fasilitas yang Berpengaruh dengan Kepuasan Konsumen

Fasilitas merupakan faktor penunjang yang dapat diberikan kepada konsumen dimana penyedia fasilitas yang dilakukan perusahaan dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Apabila fasilitas yang disediakan bagus maka konsumen akan tertarik melakukan pembelian atau pengulangan penggunaan terhadap produk jasa

Menurut Alma (2000:234) salah satu timbulnya ketidakpuasan adalah sarana dan kondisi fisik yang tidak menunjang dimana fasilitas merupakan interior atau kondisi yang dimiliki perusahaan baik berupa bangunan, interior, peralatan, perabot, maupun sarana dan prasarana yang lain yang tersedia untuk dipakai atau dipergunakan serta dinikmati oleh konsumen,

Sehingga fasilitas berontasi pada keputusan konsumen dan selera konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan maka penyediaan fasilitas harus diperhatikan kesesuaian dengan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen maka dapat mendorong konsumen untuk selalu berhubungan dan melakukan pembelian dengan demikian perusahaan dapat menambah langganan baru yang pada akhirnya dapat meningkatkan pembelian terhadap produk atau jasa tersebut.

C. Prosedur Berpengaruh dengan Kepuasan Konsumen

Prosedur menurut Mulyadi (2002:10) bahwa sistem adalah suatu jaringan prosedur yang dibuat menurut pola yang terpadu, untuk melaksanakan kegiatan pokok perusahaan. Menurut Zaki Baridwan (2000:3) prosedur adalah tuntutan pekerjaan, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu bagian atau lebih, disusun untuk menjamin adanya perlakuan seragam transaksi-transaksi perusahaan yang terjadi.

Prosedur yang mudah sangat berpengaruh terhadap pencapaian kepuasan konsumen dimana prosedur yang tidak berbelit-belit dan didalam pengurusannya secara cepat. Oleh karena itu pengusaha perlu memikirkan tentang prosedur secara tepat karena prosedur yang berbelit-belit akan menyusahakan konsumen dan tidak menarik dalam memutuskan menggunakan produk atau jasa tersebut.

Pengertian Kredit

Istilah Kredit berasal dari Bahasa Yunani (*credere*) yang berarti kepercayaan. Oleh karena itu dasar dari kredit ialah kepercayaan. Seorang atau suatu badan usaha yang memberikan kredit (kreditur) percaya bahwa penerima kredit (debitur) dimasa mendatang akan sanggup memenuhi segala sesuatu yang telah dijanjikan.

Raymon P. Kent (2003:12) mengatakan "Kredit adalah hak untuk menerima pembayaran atau kewajiban untuk melakukan pembayaran pada waktu diminta atau pada waktu yang akan datang karena pembayaran barang-barang sekarang"

Menurut Ahmad Anwari (1998:25) "Kredit merupakan suatu pemberian prestasi oleh suatu pihak kepada pihak lain dan prestasi (jasa) itu akan dikembalikan lagi pada waktu tertentu yang akan datang dengan disertai suatu kontra prestasi (balas jasa yang berupa bunga).

Dalam arti ekonomi "Kredit adalah penundaan pembayaran dari prestasi yang diberikan sekarang, baik dalam bentuk barang, Uang, maupun jasa". Dengan demikian kredit dapat diartikan bahwa pihak kesatu memberikan prestasi baik berupa barang, uang maupun jasa kepada pihak lain, sedangkan kontra prestasi (imbalance jasa) yang akan diterima dalam jangka waktu tertentu.

Pengertian Kredit menurut Undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah penyedia uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu. Berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dan pihak lain yang wajib melunasi utang setelah jangka waktu dengan pemberian bunga.

METODE PENELITIAN

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pengambilan kredit usaha kecil (kuk) di koperasi simpan pinjam lima jaya group Surabaya.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan variabel - variabel yaitu pelayanan, fasilitas, dan prosedur yang bertujuan untuk menganalisis baik bersifat simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen. Dengan jumlah populasi 49 nasabah dari seluruh juralab populasi sampel ditarik menggunakan teknik penarikan *sampling jenuh*. Dengan menggunakan analisis data regresi linier berganda

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Regresi Linear Berganda

Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, hasil perhitungan dengan bantuan program komputer SPSS dan diperoleh hasil sebagai berikut: Tabel 1

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | | | Unstandardized Coefficients | |
|---------------------|-------|------------------|-----------------------------|------------|
| | | | B | Std. Error |
| Konstanta | | | 6,459 | 2,377 |
| Pelayanan (X_1) | | | 0,527 | 0,161 |
| Fasilitas (X_2) | | | 0,851 | 0,282 |
| Prosedur (X_3) | | | 1,901 | 0,313 |
| R | 0,332 | F Hitung Sig. | 12,859 | |
| R Square | 0,110 | | 0,000 | |

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut

$Y = 6,459 + 0,527 X_1 + 0,851 X_2 + 1,901 X_3 + e_j$

Interprestasi dari model regresi diatas adalah sebagai berikut :

- a. Konstanta (po) sebesar 6,459 menunjukkan bahwa apabila variabel bebas = 0 maka variabel terikat sebesar 6,459.
- b. Nilai koefisien pelayananan (R₁) sebesar 0,527 menunjukkan bahwa jika nilai pelayananan meningkat satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,527 dengan asumsi variabel bebas lain konstan.
- c. Nilai koefisien fasilitas (32) sebesar 0,851 menunjukkan bahwa jika variabel fasilitas meningkat satu satuan maka akan meningkatkan nilai kepuasan konsumen sebesar 0,851, dengan asumsi variabel bebas lain konstan.
- d. Nilai koefisien prosedur (03) sebesar 1,901 menunjukkan bahwa jika nilai variabel prosedur meningkat satu satuan maka akan menaikkan nilai kepuasan konsumen sebesar 1,901, dengan asumsi variabel bebas lain konstan.
- e. e_j menunjukkan faktor pengganggu di luar model yang diteliti.

Nilai koefisien determinasi atau R² digunakan untuk mengukur seberapa jauh kernampungan model dalam menerangkan, variasi variabel terikat. Hasil dari perhitungan SPSS diperoleh nilai R² = 0,110 yang berarti 11,0% besarnya nilai kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel pelayananan, fasilitas dan prosedur kredit. Sedangkan sisanya 89% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

Nilai koefisien korelasi berganda (R) menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel bebas (pelayananan, fasilitas dan prosedur) dengan variabel terikat (kepuasan konsumen) yaitu 0,332. Nilai tersebut menunjukkan hubungan variabel pelayananan, fasilitas dan prosedur dengan variabel kepuasan konsumen adalah relatif lemah.

Pengujian Hipotesis

a. Pembuktian hipotesis: pengaruh variabel bebas secara simultan

Untuk menguji hipotesis dilakukan uji F yang menunjukkan pengaruh secara simultan atau bersama-sama. Hasil uji F sesuai dengan perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

| Tabel 1 | | | | |
|-------------------------|----------------|----|-------------|--------|
| Hasil Perhitungan Uji F | | | | |
| Model Anova | Sum of Squares | df | Mean Square | F |
| Regression | 50,217 | 3 | 2,419 | 12,859 |
| Residual | 58,578 | 45 | 1,302 | |
| Total | 108,795 | 48 | | |

Sumber: Data diolah

Berdasarkan table 1 diatas dipeoleh nilai F hit = 12,859 > Ft 2,419 maka Ho ditolak pada tingkat signifikansi 5 % dengan df pembilang 3 dan df penyebut 45 yang berarti signifikan, sehingga secara simultan variabel pelayananan, fasilitas dan prosedur secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap besarnya kepuasan konsumen.

b.Pembuktian hipotesis pengaruh variabel bebas secara parsial (t)

Untuk menguji hipotesis secara parsial digunakan uji t yang menunjukkan pengaruh dari masing-masing variabel.

Sebagian besar masyarakat kecil memiliki keterbatasan akses terhadap modal maupun informasi. Sehingga dengan memberikan prosedur yang sederhana dan tidak membingungkan bagi seorairg nasabah akan menjadi keunggulan kompetitif bagi sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pembiayaan (kredit). Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Zaki Baridwan (2000:3).

Penelitian ini juga menunjukkan fenomena yang selaras dengan uraian diatas, bahwa variabel prosedur mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan. Lebih dari itu, variabel ini juga merupakan variabel yang memberikan kontribusi terbesar terhadap kepuasan konsumen dibandingkan dua variabel lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pelayanan, fasilitas, dan prosedur secara simultan berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan secara parsial bahwa pelayanan berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen. Fasilitas berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan konsumen. Prosedur berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan konsumen..

Saran.

Pihak manajemen hendaknya meningkatkan fasilitas di koperasi khususnya sarana pentmjang yang ads dalam koperasi, karena fasilitas yang baik akan inemngkatkan minat para konsumen untuk datang ke koperasi dan melaksanakan transaksi secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2002, *Menejemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung
- Anoraga, Panji, 2007, *Dinamika Koperasi*, Bina Adiraksa, Jakarta.
- Anwari, Ahmad, 1998, *Menejemen Perkreditan*, Edisi pertama Penerbit BPFE Yogyakarta.
- Baswir, Revisor, 2007, *Koperasi Indonesia*, edisi kedua BPFE Yogyakarta.
- Effendy, 2001, *Perilaku Konsumen*, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi dan Manajemen)*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Katz, 2001, *Penyusunan Strategi Manajemen Pemasaran*, Universitas Indonesia Jakarta.
- Kertajaya, Hermawan, 2002, *Mnejemen Pemasara*, Bina Rupa Aksara Jakarta.
- Kusnadi, Hendar, 2005, *Ekonomi Koperasi*, FE Uiversitas Indonesia, Jakarta.
- Lupiyadi, Rambat, Hamdani, A, 2004. *Manajemen Pemasaran dan Jasa Dilengkapi berbagai Contoh dan Kasus Pada Perusahaan Jasa*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Mulyadi, 2002, *Sistem Prosedur*, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Nasution, M.N, 2004, *Menejemen Jasa Terpadu*, PenerbitGhalia Indonesia

anggota IKAPI, Jakarta.

Riduwan, 2007. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*, Edisi empat, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sunindhia, Ninik, 2003, *Koperasi dan Perekonomian Indonesia*, Edisi ke empat, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta

Sugiyono, 2004. *Statistik Untuk Penelitian*, Penerbit Alfabeta, Jakarta.

Yarnest, 2003, *Panduan Aplikasi Statistik SPSS 11. 0*, Penerbit Dioma, Malang. Zaki

Baridwa, 2000, *Dasar-Dasar Manajemen*, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.